Nederlanders ergeren zich aan opdringkassa’s

Voedingscentrum start online bewustwordingsactie tegen ongezonde verleidingen onderweg

**Bijna overal en op elk moment van de dag worden we verleid om te eten. Dat gebeurt ook volop tijdens het winkelen en onderweg. Een bekend voorbeeld is de ‘opdringkassa’ op (tank)stations, waar tijdens het afrekenen de klant wordt gewezen op vaak ongezonde kassakoopjes. Een meerderheid van de Nederlanders (59%) ergert zich aan deze opdringkassa’s.**

Dat blijkt uit een steekproef van onderzoeksbureau GfK onder ruim 2.600 consumenten. Het Voedingscentrum signaleert dat er op steeds meer plekken ongezond eten wordt aangeboden, ook in winkels die oorspronkelijk helemaal geen eten verkochten. Denk aan de schappen met snoep, drop en chocola bij de kassa in de bouwmarkt, in de drogisterij en in de zaak met huishoudelijke artikelen. Of het aanbod van ‘leesdrop’ bij de boekhandel.

75% van de Nederlanders probeert gezond te eten. Maar dat wordt ons knap lastig gemaakt. Onderweg en in winkelgebieden worden we continu verleid om iets ongezonds te kopen. 59% van de Nederlanders geeft aan tijdens het winkelen en onderweg een gezonder aanbod van eten en drinken te willen. Als zij tijdens het winkelen of onderweg ongezond eten kopen, is dat voor 67% van de respondenten vaker een spontane dan een geplande aankoop. Van hen heeft een kwart soms of vaak spijt daarvan.

# Actie voor bewustwording

Het Voedingscentrum roept iedereen op om via [Facebook](http://www.facebook.com/voedingscentrum) en [Twitter](http://twitter.com/voedingscentrum) foto’s van ongewenste voedselverleidingen onderweg en tijdens het winkelen in te sturen, voorzien van *#verleidmeniet*. Zo ontstaat er een beeld van de omvang van de plekken en momenten waarop je verleid wordt ongezonde aankopen te doen. Met deze actie wil het Voedingscentrum Nederlanders bewuster maken van het overwegend ongezonde aanbod onderweg en in winkelgebieden.

# Aanslag op de wilskracht

Uit onderzoek blijkt dat mensen ongeveer 200 voedselkeuzes per dag maken. We denken vaak dat we alle beslissingen bewust nemen. Maar we hebben simpelweg niet genoeg tijd en energie om alle beslissingen op basis van een rationele afweging te maken. Voedselkeuzes zijn vaak een kwestie van gewoontegedrag. De omgeving kan, zonder dat er per se een behoefte aan eten is, toch eetgedrag uitlokken omdat men eerdere positieve ervaringen daarmee heeft. Als mensen eten zien of ruiken, kan dat hun verlangen oproepen om iets te eten.

Om weerstand te bieden aan verleidingen uit de omgeving is zelfcontrole nodig. Dat vraagt veel mentale inspanning. Kortstondig kunnen we dat wel opbrengen. Maar doordat we voortdurend worden blootgesteld aan verleidingen, kan dat uiteindelijk leiden tot wilsuitputting (*egodepletie*). Keuzes zullen dan vaker impulsief tot stand komen onder invloed van prikkels uit de omgeving. Bij een overheersend ongezond aanbod leidt dat sneller tot een ongezonde voedselkeuze. Een omgeving met vooral gezond aanbod leidt juist sneller tot gezonde keuzes. Daarom roept het Voedingscentrum winkels en aanbieders van voedsel op om de gezonde keuze veel makkelijker te maken.

# Verleid om te veel te eten

Er zijn drie trends die ervoor zorgen dat we te veel ongezond voedsel eten. Allereerst is dat de groei in de beschikbaarheid en toegankelijkheid van voedsel. Niet alleen het aantal punten waar eten te koop is neemt toe, ook de verscheidenheid in het aanbod groeit.

Daarnaast zijn de porties steeds groter geworden. Mensen weten niet meer wat een ‘normale’ portie is. Zo zijn verpakkingen en producten groter gemaakt. Ten derde worden marketingstrategieën ingezet om consumenten te verleiden om grotere hoeveelheden te kopen, door actieverpakkingen en acties, zoals ‘2 halen, 1 betalen’.

# Over de steekproef

Het [onderzoek ’Verleidingen in de omgeving’](http://www.voedingscentrum.nl/nl/pers/persmappen/invloed-van-de-omgeving-op-eetgedrag.aspx) is uitgevoerd door GfK in opdracht van het Voedingscentrum. Aan de steekproef deden 2.646 respondenten mee.